

VERFASSEN EINER PRESSEMITTEILUNG - JOURNALISTISCHES SCHREIBEN FÜR EHRENAMTLICH TÄTIGE

Beim ehrenamtlichen Engagement geht nicht allein um spannende Arbeit nach innen, sondern in immer größerem Maße um deren Vermittlung nach außen. Vereinsarbeit und bürgerschaftliches Engagement sind ein wichtiger Bestandteil des Kulturlebens, deshalb sollten Sie Ihre Leistungen nicht verstecken, sondern veröffentlichen. Nachfolgend möchten wir Ihnen einige Tipps geben, damit Sie möglichst schnell und unproblematisch eine "gute" Pressemitteilung zu Papier bringen. Wir haben diese Infos mit den Redakteuren der lokalen Zeitungen und Radiosendern abgestimmt, so haben Sie eine gute Chance, dass Ihr Artikel veröffentlicht wird.

... und wird Ihr Artikel gekürzt oder verändert, mit neuer Überschrift versehen o. ä., nehmen Sie's gelassen! Zu viele Dinge sind im Redaktionsalltag kurzfristig zu beachten, da muss schon mal das eine oder andere angepasst werden!

Wie schreibe ich eine Pressemitteilung?

Journalisten haben meistens zu wenig Zeit, um alle eingehenden Pressemitteilungen sorgfältig durchzulesen. Daher gibt es einige Regeln, die beim Verfassen beachtet werden sollten, damit eine reelle Chance auf Veröffentlichung besteht.

1. Achten Sie auf die Aktualität Ihrer Nachricht!

Ihr Artikel muss einen aktuellen, konkreten, presserelevanten Anlass haben! Überlegen Sie, was Sie vermitteln möchten! Ihr Artikel braucht einen roten Faden, der den Leser ohne Überforderung zum Weiterlesen animiert.

2. Verfassen Sie eine interessante Überschrift!

Die Entscheidung für oder gegen Ihren Artikel dauert oft nur wenige Sekunden. Wählen Sie deshalb eine Überschrift, die Interesse weckt! Zum einen sachlich, d.h. die wirklich interessante Neuigkeit muss bereits in der Überschrift klar werden. Zum anderen stilistisch, d.h. formulieren Sie griffig- aussagekräftig, vielleicht auch etwas frech oder humorvoll, soweit es thematisch passt.

3. Schreiben Sie kurz!

Niemand will sich durch einen langen Text quälen, um erst am Ende festzustellen, worum es überhaupt geht. Es reicht völlig, wenn Sie sich auf die Beantwortung der wichtigsten W-Fragen (Wer? Wann? Wo? Was? Wie? Warum?) konzentrieren und zusätzlich einige Hintergrundinformationen einzustreuen. Erwähnen Sie alles nur einmal! Zu lange Artikel werden naturgemäß gekürzt, schreiben Sie daher maximal eine Din A 4 Seite.

4. Schreiben Sie sachlich und verständlich!

Ein Text voller Superlativen und Anpreisungen kommt weder beim Leser noch bei Journalisten gut an. Demnach sollten Sie Eigenwerbung genauso vermeiden wie Abkürzungen, unnötige Fremdwörter und komplizierte Formulierungen.

5. Erzählen Sie eine spannende Geschichte!

Im Idealfall erzählt Ihre Pressemitteilung eine kleine, aber spannende Geschichte. Das ist zugegebenermaßen schwierig und nicht bei jedem Thema möglich. Trotzdem sollten Sie eine langweilige Aneinanderreihung von Fakten vermeiden und wenigstens durch die Einstreuung von lebendigen Redewendungen oder pffrigen Formulierungen für mehr Leben sorgen.

6. Die Attraktivität Ihrer Nachricht

Zitate, Zahlen und Bilder werten einen Artikel auf. Damit die Informationen für den Redakteur überprüfbar bleiben, sollten zitierte Personen immer mit Vor- und Nachnamen (und mit Position) angegeben werden. Außerdem müssen Zitate in Anführungszeichen gesetzt werden. Bei Bildern oder statistischen Werten ist es wichtig, die Quelle anzugeben.

7. Weitergabe an die Redaktion

- Geben Sie keine handgeschriebenen Texte per Fax oder persönlich an die Redaktionen!
- Die Texte sollten als Word-Datei per E-Mail weitergegeben werden!
- Bilder sollten unbearbeitet im JPEG-Format (mind. 500 KB und max. 2 MB und 200 bis 300 dpi) als Anhang verschickt werden. Ist das Format zu klein, kann das Bild oft nur einspaltig statt zweispaltig erscheinen. Die Einbindung von Bildern in Word-Dateien wird nicht gewünscht! Die Redaktionen brauchen zu jedem Bild eine Legende: Was ist auf dem Foto zu sehen und welche Personen sind abgebildet!
- Nennen Sie immer einen Ansprechpartner für Rückfragen mit Telefonnummer. Der Ansprechpartner sollte zu den Redaktionszeiten erreichbar sein.
- Einen zusätzlichen Bonus verschaffen Sie sich, wenn Sie vor Versenden des Artikels telefonisch Kontakt zur Redaktion knüpfen und sich über Ansprechpartner und den besten Versandweg erkundigen.